



您现在的位置： 首页 >> 热点评论 >>

## 研究成果 Results

- 酒店如何减少对在线旅行社的依赖
- 拯国际饭店业发展新趋势
- 中国绿色饭店十年研究综述
- 饭店管理合同的发展现状及趋势研究..
- 旅游房地产
- 我国产权式酒店的法律困境
- 浅析酒店个性化服务
- 对城乡家庭旅馆之间的差异化分析

## 相关链接 Links

### 中华人民共和国国家旅游局

- 
- 
- 

## 酒店“六小件”真的应该取消吗？

[ 更新时间：2010-4-12 点击数：163 ]

来源：环球旅讯特约评论员 张泽 日期：2010-04-08 (共有2条评论) 我要评论

关于“六小件”的事情再一次被提到议事日程上来。这里，我们无意于讨论政府的决策对不对，也无意于讨论企业的经营思路是否正确，只是站在一个普通消费者的角度来探讨一下这个问题。

广东省旅游局颁发的《关于星级饭店逐步取消一次性日用品的通知》规定，广东省星级酒店从今年4月1日起不再将一次性用品配送至客房。而7天酒店也在3月23日推出了剔除房间基本用品的“裸价”销售，消费者可以选择购买洗漱用品。

关于“六小件”的事情再一次被提到议事日程上来。这里，我们无意于讨论政府的决策对不对，也无意于讨论企业的经营思路是否正确，只是站在一个普通消费者的角度来探讨一下这个问题。

### 1. 消费者的需求

作为一个曾经的酒店从业人员，在我的印象里，酒店无论要做出什么样的决策，他们的决策依据是消费者需要什么，在充分满足消费者的需求的基础之上考虑自身的成本控制和利润空间，而不是反过来做。

如果是站在消费者的角度来考虑，第一步可能需要给出一个目前六小件消费者的使用比例的数字。如果半数以上的消费者都在使用，取消它是否欠妥呢？更何况是通过限制消费者的需求而增加自身的收益。

再来看这样一个现实情况，目前的商务客人在出行的时候，托运行李的比例有多少？根据民航限制携带液体的规定，多数沐浴露、洗发液是无法携带的，这样的话，消费者对六小件的需求可能并无法降低，即使在酒店购买也只能购买一次性的，那这不是在给消费者制造问题吗？

### 2. 超市塑料袋的取消

超市的塑料袋已经取消了好几年了，在这几年里，我们在超市里是否见到这样的情形，在水果或者生鲜柜台大量的撕扯塑料袋，结账的时候不购买塑料袋。还有一些人，根本不在乎购买塑料袋，买完东西顺便买几个袋子，这种情况并不少见。可能我有些以偏概全，但我想说明的是在消费者的意识没有达到一定的高度的时候，强行的采用一些措施并无法达到最初的目的。

### 3. 地球1小时活动

同样的，现在开展的每年三月最后一周六的地球一小时活动是很值得大家借鉴的。这也是一个环保的公益活动，它们通过公众人物的号召、通过世界自然基金会的组织真正的形成了大家自觉主动的参与，达到了“真环保”的境界，“六小件”的推行如果也能达到这样的效果，可能才是真正取消的最佳时机。

反之，如果这件事情不是以号召的形式来做，而是告诉大家为了地球的环保，我们每年要有一个小时强行停电，那么大家还会接受吗？还会这样行甘情愿的去吗？

#### 4. 锦江之星的小香皂

真正要做环保，方式方法可以是多样的，锦江之星洗漱间的小香皂就是一个例子，经过仔细的调研，他发现消费者每次入住并不会使用完整块的香皂，就将香皂的底部掏空了一个半球体，香皂的体积减少了，并没有影响消费者的使用，又节约了资源做到了环保，规模效应自然使企业节约了大量的成本，合理地获得了更大的利润。

#### 5. 如家的积分返还

如家目前对于客用品节省的会员采取的策略是积分的返还，这也是值得提倡的。引导型、鼓励型的消费有助于建立起行业的秩序。强制性的措施反而可能会造成忠诚客户的流失。

#### 6. 美国的环保酒店

我曾经参观过美国的一家绿色饭店，他们在大堂里设置了一台电脑，消费者结账的时候，通过这台电脑可以查询自己在客房里面使用过多少水、多少电，和平均消费做出一个比较，并对于消费者的节约部分在结账时作出现金返还。这种情况下，多数消费者的消费心理是我为地球的环保做出我应有的贡献，我很自豪。大多数人可能也将这节省的钱留给了酒店，酒店在消费者的帮助下增收了。

#### 7. 喜达屋的客用品

豪华酒店中，让我印象最深的是喜达屋集团旗下酒店的客用品，他们在行政楼层提供的客用品是BVLGARI品牌的，即使这个客用品需要我去购买，我也愿意去支付合理的价格。也就是说，即使在强制性的取消“六小件”，酒店销售给客人的客用品应该是比以前更好，是精品，让消费者切身的感受到物超所值才好。

以上完全是站在普通消费者的角度去考虑、探讨六小件的存在价值，希望给企业、给行业监管机构一些参考。企业的生存根本还是要基于以“人”为本的。

#### 作者简介：

张泽先生于2008年4月加入去哪儿担任副总裁，分管酒店业务。在此之前，张先生担任国内最早的经济型连锁酒店——锦江之星的市场部总监，在张先生的领导下，锦江之星建立了行业公认的最完善的市场营销体系。在任职锦江之星之前，张先生参与创建了目前国内最大的经济型连锁酒店——如家市场部的工作，在此期间，张先生为国内经济型连锁酒店市场体系框架的搭建起到了重要的作用，先后创建了包括第一套经济型连锁酒店视觉识别系统、第一套常旅客计划、第一套行业内部参考刊物等。

张先生拥有美国康奈尔大学的酒店管理硕士、中南财经政法大学高级管理人员工商管理硕士（EMBA）、上海医科大学学士学位，同时，张先生还是北美精算师协会会员、准精算师（Member of SOA）。

（文：环球旅讯特约评论员 张泽 编辑：潘智仁）

---

上一个：论我国中档酒店的发展之路

下一个：网络评论影响着酒店的在线声誉——酒店可以如何引导和利用在线评论？

---

【关闭窗口】

联系我们 | 加入收藏 | 设为首页

版权所有：中国旅游研究院 网站管理：二外信息中心

中国旅游研究院饭店产业研究基地

管理员邮箱：chirchisu@gmail.com